

大学入試におけるアドミッション・ポリシーのあり方と入試関連業務に関する研究

－和歌山大学の事例に即して－

A study on the admission for University examination and Entrance examination business

－A case study in Wakayama University－

佐藤 史人

SATO Fumito

(和歌山大学教育学部)

池下 和美

IKESHITA Kazumi

(和歌山大学入試課)

池際 博行

IKEGIWA Hiroyuki

(和歌山大学教育学部)

これまで和歌山大学は国立大学のひとつとして通常の入試及びそれに関連する取り組みを行ってきており、その一環であるオープンキャンパスや入試説明会は一定程度の効果が認められる。しかし、和歌山大学の属性や特性を活かした積極的・戦略的な独自の入試を行っているわけではない。本研究では、大学入試に関する研究動向に基づき、大学入試関連業務の現状と課題を整理し、今後の大学広報や高校への働きかけ等に関して若干の考察を行うことを目的としている。今回は、とりわけ和歌山県における和歌山大学の役割や存在意義など固有の環境・事情を考慮しつつ、これからの大学独自のアドミッション・ポリシーの再検討と大学入試におけるその効果を高めるための検証を行った。

キーワード：アドミッション・ポリシー 大学入試 高校進学説明会

はじめに

独立行政法人大学入試センターが主催する全国大学入学者選抜研究連絡協議会が毎年実施され、例年時期に研究発表会が開催されている。2013年度は6月7日に実施され、その直前には、いわゆる「大学入試センター試験」の廃止と新しい学力認定試験の導入が報道された。このニュースは政府により確定的な内容ではない旨コメントされたが、「大学入試センター試験」は前身の「共通一次試験」の制度発足より30年以上を経過しており、システムの複雑化や大学全入時代の影響など、国公立大学の入試制度そのものに課題も少なくない状況となっている。今回の報道と関連づけなくとも、国公立大学の入試制度に関して、制度の見直しをはじめとして、各々の大学においては入試の在り方を検証する必要はあろう。

今回の研究では、第5セッション「進路指導・広報・特別措置」¹⁾における論点に引きつけて、和歌山大学及び和歌山県の現状に照らし合わせて、問題の整理と若干の考察を行う。

1. 県内高校生の進学環境

和歌山大学への受験者・入学者を増加させる方策は種々考えられるが、和歌山県と大阪南部の高校からの受験生を拡大することが当面の課題といえる。和歌山県内高校においては、和歌山大学への入学者が多くあ

る高校がある一方で、和歌山大学と同じ和歌山市内にありながら大阪府等の県外進学者が多数となっている高校も少なくない。また、南方は湯浅町、東方は岩出市より遠方は和歌山大学への交通の便が良いとはいえず、県内出身者といえども自宅外通学となる。地元であっても、自宅からの通学ができないのならば、和歌山大学を通り越しての県外への進学に躊躇しないのは当然である。このように大学進学者のうち県外への流出が多いことは以前から指摘されている²⁾。県内に所在する高等教育機関が少ないことがもっとも大きな要因であることは明らかであるが、その他にも県内都市の分布が広域に広がること、大阪府に隣接していることなどが要因として認識されるところである。

高校から大学への接続関係を、単に特定県出身者の自県あるいは他県への進学数・率だけで判断するのは適切ではない。和歌山県における県外進学率の高さは前述したとおりであるが、例えば「収容力」という指標を用いて検討すると、やや異なった観点が見いだされる。渡部の研究による「収容力」は、進学者にとって県内にどれだけ進学機会があるかを示す指標（県内収容数/進学者数）となっている³⁾。この指標によれば、和歌山県は1992年度0.26から2006年度には0.34と改善していることがわかる。すなわち和歌山県においては、県内への収容力が増しているにも拘わらず、県外進学率が高い状態が継続している。他方で、和歌山大学を含めて和歌山県に所在する大学への県外からの進学者（流入率）は、例えば2006年度では68.3%もあり、こ

れは全国では12位となっている。このことから和歌山県は大学進学者に限ってみれば、「地元からの吸引力は悪く」「地元外からの吸引力は良い」ということになる⁴。

2. 県外高等教育機関からの働きかけ

さらに県外の私立大学・短大・専門学校等は県内高校へ受験・進学情報の発信を積極的に展開している。先ほどの県外流出の多さは、こうした県外高等教育機関の働きかけに呼応して、高校生の県外進学への志向を喚起していると見られる。頻度や回数に差異はあるものの多くの県内高校では、「高校内進学説明会」や「学部・分野別ガイダンス」などの私立大学等の働きかけの機会が設定されており、和歌山大学等の国立大学はこれに乗り遅れている状況にある。こうした説明会等は私立大学等の経費負担で行われ、国公立大学は招かれた場合にだけ参加が許されており、和歌山大学にとっては不利な立場となっている。

国立大学の場合には入試制度上、大学入試センター試験・個別学力検査等（いわゆる前期・後期日程試験及び推薦入試等の特別入試）が年度末（高校生にとっては卒業間近）まで入試が続き、受験者本人はもとより保護者、学校がその負担に耐えかねるという状況がある。私立大学等は指定校推薦等により、早期に、受験の負担を軽減して、進路先を提供してくれるという点で、受験者・保護者の支持を得ている。また、高校生の保護者の世代や高校で進路担当をしている教員の意識は、大学のランキングを主な判断材料としているように、大学への評価が旧来のものであることも影響していると考えられる。受験生はもとより、保護者や高校の担当者への意識改革をめざした情報提供が必要である。

私立大学等の高校担当（上記の受験生や高校への働きかけを担当する）は県内高校の退職校長等である場合があり、高校側はいわば先輩が大学の情報提供に来るので、それなりの対応をしなければならない。こうした効果をねらって私立大学等は県内高校退職者を登用している状況も看過できない。

3. 大学の説明会の類型と実態

こうした県内高校の状況に対して、和歌山大学の入試広報としての説明会等の取り組みについて、整理すると以下のような3つのタイプがある。

①大学主催説明会

和歌山大学への受験・進学者の多くを占める和歌山県内と大阪府南部を対象として、岸和田市・田辺市の公共施設を会場に、例年6月から7月に開催している。

岸和田会場では、例年200名程度の参加を予想しており、岸和田市の他、泉南地域の高校生及び保護者の参加がある。参加者の中には、姫路などの遠方からわざわざ出向いている場合もあり、参加人数の実績からも

開催する価値は十分にあると考えられる。一方、田辺市会場では、参加者は多くても30名程度である。年度による変動もあり一概には判断できないものの、田辺会場の単独開催の効果は岸和田会場に比べて大きくはない。しかし、県内生徒・保護者への便宜を図ることは、和歌山大学の基本方針のひとつであり、丁寧に対応することを目指している。県内南部の高校では、和歌山大学の広報等が和歌山市内に重点がおかれ、その他の地域への指向が希薄であるとの認識を持っているようであるから、参加者数の多寡だけにに基づく実施判断はすべきではない。

さらに大学主催の入試関連事業として重要なのは、オープンキャンパスである。毎年7月に全学入試委員会主催で実施され、2013年度は2500名近くの来場者があった。大学・学部の実際を見学・体験できる機会であるので、上記の説明会や情報交換交流会とは異なっており、受験生や保護者にとっては和歌山大学を知る有効な手段となっている。

厳密には大学説明会とはいえないけれども、県内高校に対する和歌山大学の情報提供の重要な機会となっているのが「情報交換交流会」である。これは毎年7月頃に全学入試課主催で、和歌山県高等学校進路指導研究会（和歌山県立高等学校長会内の組織）の協力のもとに実施されている。県内のすべての県立高校及び私立高校の進路担当者が和歌山大学に集まり、入試に関する情報提供や質疑応答などが行われる。実際の内容は、全学の概要説明と各学部の特徴として学科・課程等の説明、卒業後の進路状況などが大学側から提供され、その後事前に高校側から出されている入試に関する質疑に回答することである。その後各学部に分かれ、各高校の進路担当者からの更なる質問や要望・意見に対して各学部入試委員会が対応することになっている。

ある地方国立大学への入学者アンケート調査による最近の研究では、高校生の進学指導における相談相手は、「高校の先生」が最も影響を受けた人物であるという結果になっている⁵。生徒の進路指導を直接担当する高校の進路担当者・クラス担任の関心・意識や情報・知識を和歌山大学に向けることは、受験生への影響を考慮しても重要であることが示唆されている。進路指導担当者をはじめとして、高校の校務分掌は毎年度改編が行われ、担当者が異動することは当然のことである。大学一高校間で築きあげてきた信頼関係や相互に蓄積された情報や経験が人事異動によって損なわれることもしばしばある。恒常的な関係を維持する制度・システム構築が不可欠であり、この「情報交換交流会」を基盤として、開催回数の増加、分野・学校別分科会の設置、専属担当者の常置等、充実発展が求められる。

こうした大学主催の説明会等は公式な入試関連事業のひとつであり、重要な役割を担っている。しかし、これらは実施形式や参加対象者の事情もあり、説明内容が大学全体の概括的なものに留まり、受験生や保護者の個別具体的な質問や要望に直接応えるには、十分

とはいえない。

②受験・就職業者取り扱いの「進学ガイダンス」

大学生の就職活動において、企業に関する情報提供や就職説明会の企画・運営あるいは個別企業の求人活動のシステム構築などを担う就職産業は、少なくない役割を果たし、必要とされる現状がある。高校生の進学・就職活動においても、こうした就職産業の取り組みが高校の教育現場に浸透している⁶。実際には「総合的な学習の時間」やホームルームの時間にキャリア教育や進路指導の一環として、正課の授業として行われている場合もある。業者は高校側のニーズとして個別大学・学部等の指定や分野別の学部・学科の代表例などを調査し、該当する大学等へ参加意向を問い合わせた後に、日程等の設定を行う。こうした説明会やガイダンス等（以下では「進学ガイダンス」とする。）を取り扱う業者への支払いや開催に必要な経費は私立大学等が負担しているから、高校側には予算措置を必要とせずに、大学等の情報提供の場を業者によって設定してもらえというメリットがある。換言すれば、私立大学等は経費負担をしても各高校において情報提供・広報活動ができる機会としてこうした「進学ガイダンス」を重要視していることになる。先述したように県外進学者が多い状況が生み出される背景には、就職・進学産業が実施するこうした「進学ガイダンス」の影響も予想できる。

和歌山大学に限らず、国公立大学は経費負担をしていないので、こうした「進学ガイダンス」に参加する権利は持たないが、実質的にはかなりの頻度で招聘される。例えば2012年度に教育学部入試委員会で取り組んだ高校における説明会やガイダンスは総数35件であり、その内26件が業者取り扱いの「進学ガイダンス」となっている。和歌山大学が招聘されるのは、高校側からの要望によるもので、とりわけ和歌山県内の高校からは出展大学のひとつに入れてほしいとの要望がある。和歌山大学にとっても経費負担なし（実際には教職員の派遣に出張旅費が発生する。）で、私立大学等と伍して広報活動ができる機会となっている。

こうした「進学ガイダンス」にはいくつか特徴がある。ひとつは説明を受ける対象者によって、参加大学・学部等の選定や説明の趣旨・内容も異なることである。3年次対象であれば、大学進学を間近に控え、個別的に学部・学科の説明や情報の提供が主となる。これとは別に、とりわけ低学年におけるキャリア教育の一環として実施される場合には、特定の学問領域や学部・学科群の代表例として、当該分野・領域の全体的な説明・解説が主となり、この場合には個別大学・学部等の紹介・宣伝は控えるよう指示されることもある。例えば教育学ないし教育学部の解説を担当する場合には、これを担当する大学・学部の選定は、高校側の意向を踏まえながらも業者の恣意による。従って、県内高校における「進学ガイダンス」であっても和歌山大学教育学部が選択され、さらに招聘されるとは限らない。実際に、2012年度に実施され、和歌山大学教育学部の

代表として参加した「進学ガイダンス」においても、経済学、経営学、工学等では、私立大学等がそれぞれの代表大学として参加担当しており、和歌山大学の経済学部やシステム工学部は招聘されない場合がしばしば見受けられた。教育学や教育学部の説明・解説においても、他大学が担当していることも十分考えられ、和歌山大学の各学部間でも情報交換が十分ではない。和歌山大学にとってはコストをかけずに広報活動ができる絶好の場でもある「進学ガイダンス」ではあるが、あくまでも招聘された場合に限られ、大学側から積極的に働きかける場とはなっていない。県内高校におけるこのような「進学ガイダンス」に関しては、その実施総数や参加大学・学部等の内訳等の事態について十分情報が入手できない状況にある。

③高校における和歌山大学単独説明会

上記②に説明した「進学ガイダンス」とは別に、個別の高校から和歌山大学の進学説明をしてほしいとの依頼がある。2012年度の教育学部入試委員会の取り扱いでは6件ほどに留まるけれども、今後の和歌山大学の入試関連事業の一つとして注目できるものである。これらは和歌山大学だけのための説明会であり、和歌山大学の受験希望者や興味・関心のある生徒のみを対象とした説明会である。参加人数は高校・学年・年度によって差異はあるけれども、②の「進学ガイダンス」に比べて少なくはない。②の場合には、正規の授業として行われているので、生徒は必ず参加するけれども、高校側からやや強制的な参加を強いられるので、実際には和歌山大学や担当分野・領域に興味がなくとも参加する生徒も見受けられ、さらに複数の大学・短大・専門学校が同時に行うので、和歌山大学の担当講義には必ずしもたくさんの生徒が参加するわけではない。加えて、放課後等の時間外に任意で設定されるこの説明会では、①の場合よりも積極的な意思をもつ生徒の参加が得られ、効果が高いといえる。

また、こうした和歌山大学に特化した説明会のひとつとして、保護者に対する取り組みも試行的に実施されてきている。例えば、ある高校のPTA総会等の後に、和歌山大学に関心のある保護者を対象とした説明会を実施することなどである。前述の研究によれば、高校生の進学指導における相談相手として最も影響を受けたのは「高校の先生」であったが、家族に限定すれば、「母親」が最も多いとの結果が出ている⁸。こうした説明会の参加者である保護者、とりわけPTA総会への想定される参加者の多くは母親であることから、大学に対する関心も卒業後の進路や学費・奨学金等であり、高校生とは異なる視点を持っている。こうした説明会は、和歌山大学を多角的に知らしめる重要な機会と捉えるべきであり、今後も高校側にこうした説明会開催の理解・許可を得る働きかけが必要である。

国立大学法人としては、公平性や機会均等の担保から特定高校への偏った働きかけは厳に慎むべきである。こうした単独説明会の実施は、高校側からの依頼・招聘によっており、主体は高校側になっているので、問

題はないと考えられる。しかし、さらに多くの高校への拡大や情報提供の機会増加を目指すことも関連して、県内高等学校長会への単独説明会の趣旨説明はすでに2012年度に行っている。先の大学主催による「情報交換交流会」と合わせて、機能強化することが今後の課題といえる。

以上、和歌山大学入試関連事業と和歌山県の進路指導の実態、とりわけ大学等の進学情報提供の機会について現状を整理してきた。情報提供の機会としてはそれぞれ特徴があり、入試関連業務あるいは広報活動として重要であることが明らかになった。②の部分で若干触れたように、説明やガイダンスの内容は当該の会の趣旨や対象学年によって変わり、それぞれの大学・学部等によって、あるいは担当者によっても一様ではないと考えられる。こうした説明会やガイダンスでは、大学・学部・学科等のカリキュラムや施設・設備などの特徴や入試に課される試験教科・科目等が提供される情報の主要部分になる。最近では、卒業後の就職・進学実績などにも関心が高まり、これらに関する情報も各大学等の特徴の一つとして紹介されることがある。しかし、大学・学部の特性あるいは入試方法の違いによる求める学生像は異なるはずであり、アドミッション・ポリシーはこれを明確に示すために設定されている。入試に関わる情報提供の場であれば、アドミッション・ポリシーは最も重要な内容と位置づけるべきであるが、実態としてはこれが十分解説されているとはいえない。

4. 入試広報対象としての「高校」の現状

大学入学希望者の増加・拡大には、高校側への働きかけが重要であることは、これまで検討してきた和歌山大学及び和歌山県内の高校についても当てはまるということが明らかになった。和歌山大学に限らず一般的には国公立大学は、私立大学・短大や専門学校に比べて高校側への働きかけが遅れており、これは全国的動向である。高校側の状況や立場、意向や要望等を理解することは、大学側からの働きかけの焦点化、特化を促し、効率的・効果的な広報活動に結びつく。ここでは、永野・門馬の研究⁹に依拠しながら、広報の対象である高校の現状を分析する。

(1) 高校の学校評価・教員評価

高校のいわゆる「生き残り」や「開かれた学校づくり」等と関連して、学校評価及び教員評価が課されている。評価の項目は多様であって良いはずだが、実質的には「国立大学合格率」「大学合格の現役率」「センター入試5教科7科目受験率」等が評価項目としては重要視されている。これに加えて「難関大学の合格率」は注目される項目であるという¹⁰。

このことは和歌山県内の高校に出向いた際に、進路担当者や校長などとの懇談においても感じ取れることであり、特に「進学校」ではこれが顕著である。いわ

ゆる「進学校」ではなくても、高校が独自の特色や個性を表すために、進路実績を目標にすることもある。例えば「国立大学への進学実績」という目標は、たとえ1人の合格者であっても、自校をアピールするためには中学生やその保護者にわかりやすく、目標として設定されやすい。このように多くの高校で進学実績が重要であることは共通している。

全国の大学ランキングにおいて、和歌山大学が「難関大学」と認定されることはないと思われるが、県内に所在する大学が少ないことや地元でのこれまでの実績等から、県民の意識としての和歌山大学の評価・地位は低くはない。県内高校にとっても、大学ランキングにおいて同程度の大学であれば、和歌山大学への実績はより高く評価する傾向がある。このように和歌山大学が「難関大学」に準じて位置づけられる優位性を十分認識しつつ、これをさらに有効に機能させるための広報活動が求められる。これとは逆に大阪南部など県外では、こうした優位性はほとんどないので、別の手立てを講じる必要がある。

大学の 대중化するなか大学数・入学定員数の大幅な増加によって、現役合格は容易となってきた。このような状況において、高校側の学校評価の項目としては「現役合格率」が重要とされることの本質的な意味は十分分析できないが、高校さらには高校生や保護者が「現役合格」を望んでいることは明らかである。受験大学の選択・決定の際に、こうした高校や高校生・保護者の要望・希望は、大学等が示すアドミッション・ポリシーと関連づけて検討されているとは考えにくく、ポリシーがその役割を十分果たしているとはいえない。

(2) 進路指導担当者の大学入試情報の把握状況

全国に多数の大学・学部が存在し、毎年の入試では募集定員・入試科目・配点、実施方法、試験会場など大量の情報が存在する。前述の永野らの研究によれば、こうした大学入試に関する情報は多岐・多様になっており、たとえ進路指導担当者であっても、高校側がこれらを正確・詳細に把握・理解することは不可能であるとしている。調査によれば大学入試情報に関する認識度は「半数程度」が最多であるという。「熟知している」は大規模・中規模高校では合計1割近くであるといい、こうした調査結果は和歌山県における広報活動にも参考になる。また、大学入試情報の把握は、高校規模に関わらずいずれの場合においても十分ではないことも指摘されている。

大学からの広報活動の代表的な取り組みは、高校側の進路指導室を訪問し、「挨拶」をしつつ、大学のパンフレットや募集・入試要項等の資料を「置いてくる」ことになる。しかし、調査の結果と照合すれば、進路指導担当者がこうした資料を読み込んで入試情報を把握・充実させているとはいえないことが分かる。実際に進路指導担当者がこうした入試情報に各大学・学部等のアドミッション・ポリシーをも加えて把握・理解をしているかどうかは不明である。

また、高校側の特性の一つとして、行事やイベントは学年毎に取り組むことが多く、異学年との連携・調整はほとんど行われないことも考慮しなければならない。大学側からの情報を高校生に直接届けるためには、進路指導室への情報提供だけでなく、担当者及び学年の教員への理解が実質的にできる場・機会を確保したいところである。

ところで、先の高校側の評価に関わって「現役合格率」の重視が指摘されていた。高校側の意識としては、利用可能な手段はできるだけ使い実績を上げたいといわれ、そのためにはAO・推薦入試も積極的に利用したいと考えている。センター入試が必須となっている国公立大学においても、AO・推薦入試ではセンター入試を課さない場合があるので、高校側としては注目している。しかし、国公立大学のAO・推薦入試は募集定員が少なく、いわゆる予備校等の模擬テストのデータによって合否判定予測をすることが難しく、各大学・学部の合否分析が十分に行われていない。加えて、これまで述べてきたように高校の進路指導担当者はAO・推薦入試に関する詳細な情報収集やその把握が十分でずにいるので、AO・推薦入試の情報を大学側から積極的に提供することが期待される。AO・推薦入試は入試システムとして特徴を持ち、それは特にアドミッション・ポリシーに反映しているはずである。しかし、これらの入試制度利用に対する高校側のねらいは、大学側のそれとは異なる側面があり、この関係について更なる調査・分析が必要である。

5. 大学入試におけるアドミッション・ポリシー

全入時代における大学等の高等教育機関のあり方は、2000年の段階ですでに論点として取り上げられていた¹¹。全入時代にあっては、これまでとは異なり、大学は積極的な学生獲得をめざし、それに伴う入試制度の改革が必要とされる。しかし、この時期に国立大学は法人化への対応に迫られ、受験生・入学生の確保を念頭とした入試対策として具体的な取り組みを行わず、より危機感の強い専門学校、短大、私立大学が入試改革を先導してきた。特に入試改革の一環として受験生やその保護者に大学の情報を提供すること、すなわち「入試広報活動」では国立大学としては後塵を拝してきたところであり、和歌山大学もそのひとつである。並川らの入試広報に関する研究¹²によれば、新入生及び保護者が利用した広報媒体の有効性については、大学の入試関連ウェブサイト等インターネットによる電子媒体が上位に上がっている。加えて「大学案内パンフレット」等の紙媒体も有効性が認められており、保護者に関してはむしろパンフレットの利用が高いという結果もある。「オープンキャンパス」等のイベントも受験生にとっては、評価が高い結果となっており、利用者は相対的に少なくとも受験生への広報効果は十分認められる。これらの取り組みは和歌山大学においても同様に成果をあげていると考えられる。

当該大学の教育・研究の理念や特色を説明しているアドミッション・ポリシーは高校生が大学への進学や受験を決定する上で参考になるはずであるが、前述の並川らの研究では、医歯学系が他の学系よりも高くなっているだけで、全体としては受験生にはあまり影響を与えていない結果になっている。また佐藤らの研究では、現在多くの大学のアドミッション・ポリシーは「抽象的で理想的な希望学生像」や「関心・意欲・態度」に関する内容に留まり、その存在意義と実際の受験生の受験動機さらには入学生の実態とはかけ離れたものになっているとの指摘がある¹³。アドミッション・ポリシーに示される大学側の求める学生像はあくまでも理想であり、実際の受験生からこうした理想に沿う入学者を選抜することは不可能であることは、和歌山大学においても例外ではない。

2008年の中教審答申「学士課程の構築に向けて」ではアドミッション・ポリシーの策定・公表はディプロマ・ポリシーやカリキュラム・ポリシーと関連づけて行われる必要があり、3つに一貫した理念と内容が求められている。和歌山大学におけるアドミッション・ポリシーは策定後、毎年度見直しと若干の改定は実施されたものの、上記の2つのポリシーとの整合性・一貫性は検討されてはならず、早急に対応する必要がある。

おわりに

これまで検討してきた和歌山県の実態や高校・高校生・保護者等の希望や要望に対応しつつ、広報活動や高校への情報提供の改善・充実に求められる。こうした入試関連業務の根幹に位置付くアドミッション・ポリシーを再構築することは、和歌山大学としてあるいは各学部としての特性を反映した入試を実施するために重要な意味を持つ。具体的には、まずは入試の種類や実施形態、選抜に課す教科・科目や課題等と関連して構想し直すこと、次いで大学側の一方的な理想や希望の提示ではなく、例えば特定の分野・領域の学習が必要であることや資格・検定等による知識・能力を入学前に身につけておくことを明示するようなアドミッション・ポリシーそのものの内容改定も実施しなければならない。

今回は入試関連業務の実態を整理しつつ、課題や問題点を明らかにした。こうした実態に即して、今後はアドミッション・ポリシーとの関連で入試制度改革に関して具体的な取り組みとその意義について検討していきたい。

注

- 1 「全国大学入学者選抜研究連絡協議会」の2013年度の大会は6月7日に実施され、第5セッションは「進路指導・広報・特別措置」をメインテーマとした。
- 2 例えばベネッセ教育総合研究所の調査では、高等教育機関のうち大学だけに限ってみれば、和歌山県の県内進学率は

- 2001年7.8%、2002年7.7%、2003年7.3%と他県に比べてかなり低かった。(『Between』2002.11No.189)
- 3 「18歳人口減少期の大学進学行動と地域移動」『大学教育年報』第3号 2007年3月
- 4 吉村弘「大学・短大就学に伴う地域間人口移動と所得移転」『地域経済研究』第19号 2008年
- 5 並川努・佐藤喜一・濱口哲「入試広報に関する受験生・保護者の動向の検討 ―新潟大学入学者を対象とした入試広報アンケートの分析から―」『平成25年度全国大学入学選抜研究連絡協議会 研究発表予稿集』独立行政法人大学入試センター 2013年
- 6 こうした業者による進学・就職説明会の全国動向は未調査であるが、地域差があるようで、2013年佐賀大学アドミッション・センターへの聞き取り調査では、九州地区ではこうした説明会は普及していないという。これに比べれば、関西地区では浸透しており、その影響は無視できないといえる。
- 7 参加している生徒に直接聞いてみると、実際には和歌山大学に興味があるわけではなく、ほかに参加したい大学・学部がないので、仕方なく参加した、という感想が少なくない。
- 8 前掲「入試広報に関する受験生・保護者の動向の検討 ―新潟大学入学者を対象とした入試広報アンケートの分析から―」と同じ。
- 9 永野拓矢・門馬甲児「対高校進路指導部広報に関する一考察 ―多忙化する高校に適した広報活動―」『平成25年度全国大学入学選抜研究連絡協議会 研究発表予稿集』独立行政法人大学入試センター 2013年
- 10 大河内保雪「学校経営へのマネジメントシステム導入」『副校長からみた都立高校改革』学事出版 2012年
- 11 梶田叡一『新しい大学教育を創る―全入時代の大学とは』有斐閣選書 2000年
- 12 前掲5と同じ。
- 13 佐藤喜一・並川努・濱口哲「新潟大学のアドミッション・ポリシーの改善に向けて」『平成25年度全国大学入学選抜研究連絡協議会 研究発表予稿集』独立行政法人大学入試センター 2013年